

ABSTRAK

RAKA KISDIYATMA,2013071014. STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* TA RADIO DALAM MENCIPTAKAN BRANDING RADIO ANAK MUDA.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui strategi *Public Relations* TA Radio dalam menciptakan branding radio anak muda, 2) Untuk mengetahui hambatan *Public Relation* TA Radio dalam menciptakan branding radio anak muda. Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel terdiri dari program *director*, *station manajer*, kepala divisi humas dan penyiar, wakil *director* TA Radio. Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian diperoleh bahwa *Public Relations* TA Radio melaksanakan strategi untuk menciptakan *branding* radio anak muda. Strategi yang di laksanakan antara lain: Strategi *Public Relations*, kegiatan *Public Relations* dan Strategi Branding. Dalam pelaksanaannya, *Public Relations* TA Radio telah sesuai dengan prosedur namun dalam beberapa kegiatan belum fokus dengan tujuan “menciptakan *branding* radio anak muda”. Dalam melaksanakan berbagai program, *Public Relations* TA Radio selalu melakukan perencanaan yang di bantu oleh *Program director* TA Radio dan kemudian di sosialisasikan kepada crew TA Radio yang lainnya, selanjutnya menjalin kerja sama dengan berbagai macam instansi, media lain dan *stakeholders*. Hambatan yang terjadi seperti publikasi yang kurang, permintaan dari pendengar yang belum terpenuhi dan kurangnya event-event bersegmentasi anak muda. Kedepannya, *Public Relations* TA Radio terus berupaya melaksanakan strategi-strategi yang telah di laksanakan dengan baik dan mengevaluasi setiap program dan kegiatannya, sehingga bisa mengurangi hambatan-hambatan dalam melaksanakan strategi menciptakan *branding* radio anak muda.

Kata kunci : *Public Relations*, *Barnding*, anak muda, TA Radio.

ABSTRACT

RAKA KISDIYATMA, 2013071014. THE PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF TA RADIO IN CREATING RADIO BRANDING FOR THE YOUNG PEOPLE.

The purpose of this research is to know: 1) To know the strategy of TA Radio Public Relations in creating branding of youth radio, 2) To know the obstacle of Public Relation of TA Radio in creating branding of radio of young man. This research type is descriptive qualitative with interpretative approach. Technique of collecting data by direct observation, interview, and documentation. This research use purposive sampling technique, sample consist of program director, station manager, Public Relations and broadcaster. This study uses an interactive analysis model, which consists of data collection, data reduction, data presentation and conclusion.

The results obtained that Public Relations TA Radio implement strategies to create a radio branding of young people. Strategies that are implemented include: Public Relations Strategy, Public Relations activities and Branding Strategy. In its implementation, TA Radio Public Relations has been in accordance with the procedure but in some activities have not focused with the aim of "creating a radio branding of young people". In implementing various programs, TA Radio Public Relations always do the planning assisted by the Program Director of TA Radio and then in socialization to other TA Radio crew, then cooperate with various institutions, other media and stakeholders. Barriers that occur such as poor publications, requests from unmet listeners and the lack of youth segmented events. In the future, TA Radio Public Relations continues to execute well-executed strategies and evaluate each program and its activities, thereby reducing the barriers to implementing the strategy of creating a younger radio branding.

Keywords: *Public Relations, Branding, Young, TA Radio.*